

[IN]FORMA: O DESENHO COMO ESTRATÉGIA GRÁFICA DO DESIGN DE CARTAZ DA CONTRACULTURA

Juliana F. Duque

Universidade de Lisboa, Faculdade de Belas-Artes, Centro de Investigação e de Estudos em Belas-Artes (CIEBA), Largo da Academia Nacional de Belas-Artes, 1249-058 Lisboa, Portugal
Bolsa de Investigação da Fundação para a Ciência e Tecnologia, financiada por fundos nacionais do MCTES. Ref. SFRH/BD/131648/2017

Resumo

Este artigo trata a incorporação do desenho nos cartazes do Psicadelismo do final da década de 1960 como estratégia gráfica capaz de promover mudanças sociais, políticas e artísticas.

Propõe-se um estudo visual a um conjunto de cartazes britânicos e americanos, incluindo aqueles de *Hapshash and the Coloured Coat*, Mike McInnerney, Victor Moscoso, Wes Wilson e Bonnie McLean. A investigação tem o objetivo de verificar o papel da ilustração na veiculação dos propósitos de revolta e de transcendência mística da contracultura. A metodologia inclui a recolha bibliográfica e de dados, assim como a utilização de uma grelha de análise, dividida em parâmetros de observação.

A liberdade metodológica, resultante da integração da ilustração no layout, fez com que os cartazes se transformassem na própria mensagem, surgindo como um espaço para a experimentação visual e social, pronta a desafiar os paradigmas do design moderno e da própria sociedade.

Palavras-chave: Psicadelismo, desenho, ilustração, cartaz psicadélico, contracultura, anos sessenta

Abstract

This article discusses how countercultural Psychedelic posters from the late 1960s incorporated drawing as a graphic strategy to endorse social, political, and artistic changes.

We propose a visual study to a set of British and American posters, such as those of Hapshash and the Coloured Coat, Mike McInnerney, Victor Moscoso, Wes Wilson, and Bonnie McLean. The investigation aims to verify the role of illustration in conveying counterculture's purposes of revolt and mystical transcendence. The methodology includes data collection, bibliographic survey, and the construction of an analysis grid divided into different observation parameters.

The methodological freedom, resulting from the integration of illustration into the psychedelic layouts, transformed the posters themselves into the message, working as a space for visual and social experimentation that challenged the established paradigms of modern design and society at large.

Keywords: Psychedelia, drawing, illustration, psychedelic poster, counterculture, sixties

Contracultura, desenho, design

The neon from your eyes is splashing into mine.

It's so familiar in a way I can't define.¹

¹ Excerto de *Splash 1, 13th Floors Elevators – The Psychedelic Sounds of 13th Floors Elevators*, 1966.

A intersecção de esferas amplas como a contracultura, o design e o desenho produz um terreno em constante evolução. Não só acompanha a complexidade dos contextos sociais, económicos e políticos dos fenómenos contraculturais, como também envolve aquilo que Triggs (2009) denomina de “multiplicidade de vozes” do design.

A relação entre estes três territórios, na década de 1960, é a premissa deste estudo, pois está na origem de uma nova abordagem ao design gráfico: o psicadelismo. Para tal, é necessário o entendimento da natureza desta confluência.

Os fenómenos contraculturais constituem processos sujeitos a evoluções e alterações (Watermeyer, 2008). A sua complexidade traduz-se na dificuldade de uma definição concreta e universal da contracultura (Stephens, 1998). Por outro lado, o design é suscetível a metamorfoses que o vão adaptando às demandas de um mundo contemporâneo também ele em evolução e aceleração exponencial. Assim, a materialização do desenho neste âmbito constitui um espaço fértil de desafio, transformação e análise.

O ponto de partida para esta intersecção, a contracultura dos anos de 1960, abrangeu diversas causas sociais e políticas, desde a Guerra no Vietname ao armamento nuclear, ao racismo e ao ambientalismo (Greenwood, 2015). A sua propagação partiu de dois polos principais: São Francisco e Londres (Criqui, 2005). A velocidade, a violência e a noção de compromisso numa sociedade em crescimento económico e demográfico, levaram a geração jovem à expansão de liberdades e da consciência (Wilson, 1996).

O design psicadélico surgiu neste contexto de amplas transformações. De natureza híbrida e crítica, questionou a sociedade através de códigos visuais e linguísticos, tornando-se num versátil e ubíquo meio de comunicação contracultural (Dorléac, 1996; McKay, 2005).

Os estudos que se debruçam neste tipo de design detalham as suas origens e influências no contexto contracultural. Concentram-se sobretudo na caracterização das experiências na utilização da cor, nos métodos de impressão e na mimetização dos *light-shows*. Assim, são vários os autores que, como Grunenberg (2005), Hathaway e Nadel (2011) e Darricau (2014), refletem sobre a “acidez” cromática do grafismo psicadélico. O seu etos dionisiaco, considerado por Rivers (2013) um cliché contracultural, é referenciado por autores como Johnson (2011) ou Poynor e Seago (2017), que o traduzem na noção de “sinestesia gráfica”. A reprodução das experiências com LSD é também um tópico explorado, como no caso de Mellor (1996), Rubin (2010) e Heller (2014). Por outro lado, autores como Lowey e Prince (2014), Salvatore (2016), Guarnaccia (2017) e Golding e Miles (2018), abordam as suas referências estéticas. Para Melly (1972), este conjunto de características provocou a primeira “explosão pop” com um grafismo próprio. Segundo Kramer (2016), trata-se de uma

revolução no design gráfico, que rompe com os objetivos universalistas do modernismo (Darricau, 2014).

De um modo geral, os estudos parecem ir ao encontro da visão de Hollis (1994), que afirma que a linguagem gráfica psicadélica expandiu os limites do design. No entanto, estes não refletem objetivamente sobre as potencialidades do desenho enquanto estratégia gráfica válida e ativa, enquadrando-o como resultado estético de influências pré-modernas.

Método

Este estudo propõe uma análise visual a materiais britânicos e americanos dos anos 1966-69. O objetivo é compreender as dinâmicas e consequências da introdução da ilustração no design de cartaz psicadélico, quer na práxis do design quer na veiculação dos propósitos contraculturais.

A primeira fase, de recolha de dados, corresponde ao levantamento de cartazes. Para tal, foram escolhidos seis artistas gráficos que trabalharam no âmbito da contracultura britânica e americana: os ingleses Mike McInnerney e os *Hapshash and the Coloured Coat* (Michael English e Nigel Waymouth), e os americanos Bonnie MacLean, Wes Wilson e Victor Moscoso. O total de 55 cartazes corresponde a 10 cartazes por designer, à exceção de McInnerney com 5.

Os materiais são analisados de acordo com uma grelha pré-estabelecida, dividida nos seguintes critérios: 1) preponderância da ilustração na composição gráfica; 2) tipo de ilustração; 3) recurso à apropriação de ilustrações de outros autores; 4) propósito da ilustração; 5) contexto de desenvolvimento. Tais parâmetros são visíveis nas características formais, na metodologia e nos próprios materiais e métodos de impressão do cartaz.



Fig. 1 Grelha de Análise

O design psicadélico

A interação dos fenómenos contraculturais com o design incorpora, e por vezes proporciona, as inovações e desafios desta disciplina. A sua emergência, como campo em constante evolução, reflete as considerações de Margolin (1994), que aborda este território como uma forma de discurso em si mesma.

No final da década de 1960, o design gráfico refletiu uma necessidade de rutura com os paradigmas sociais, políticos e estéticos. A sua resiliência, visível no carácter experimental do cartaz, tornou-se num esforço contracultural para repensar a sociedade (Auther & Lerner, 2012). A introdução de elementos orgânicos e alucinatórios, enfatizados pela ilustração, provocaram uma nova conceção do espaço, libertando os designers das regras do design moderno. Através da imagética boémia e exuberante, a contracultura chegou a vastas audiências, derrubando normas estabelecidas (Criqui, 2005; Wild & Karwan, 2015).

O design psicadélico, britânico e americano, criou também uma liberdade metodológica que levou o cartaz para além da sua esfera funcional, conferindo-lhe uma nova identidade e função comunicativa. A clareza informativa foi substituída pela comunicação persuasiva através da imagem, transformando este medium num agente de culto e desejo capaz de esbater os limites entre o objeto gráfico e aquele artístico (Millie, 1982; Drucker & McVarish, 2009). A ilustração surge aqui como um dos elementos principais, em frequência e predominância compositiva. Permitia explorar a imagem da dissidência através do choque das suas simbologia e técnica com o *status quo*.

O design psicadélico constituiu um canal de comunicação entre os participantes e de exteriorização do seu descontentamento perante a sociedade. Os designers, conscientes do poder da arte gráfica para influenciar e estimular o público, uniram a oportunidade com a noção de responsabilidade (Drucker & MacVarish, 2009). O grafismo passou a atrair, mobilizar e recrutar pessoas para círculos contraculturais e protestos, garantindo, de acordo com Verhulst & Walgrave (2009), a manutenção do movimento. Tal método permitia, segundo Markussen (2013), intervir de forma direta nas pessoas.

Como refere Tapia (2003), o design gráfico é um produtor de imaginação social, um meio de estruturação de pensamento e um criador de dispositivos de discussão pública. Tais características são inerentes à vontade basilar das vagas contraculturais: a busca pela mudança (Hibbard, 2013).

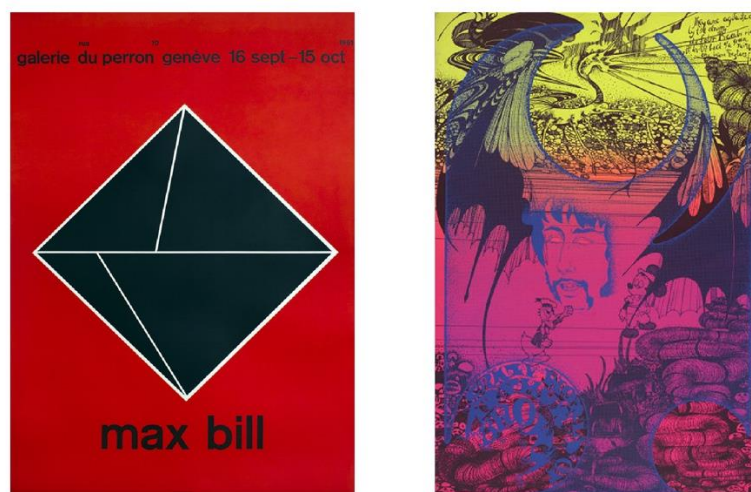


Fig. 2 A utilização do desenho no cartaz modernista e no cartaz psicadélico. O cartaz da esquerda é de Max Bill, 1961. Feito para a *Galerie du Perron* em Genebra, em litografia offset, o cartaz racional e geométrico espelha o *International Style*, ou *Swiss Style* no design gráfico. O cartaz da direita, intitulado *The Crazy World of Arthur Brown*, é da autoria de *Hapshash and the Coloured Coat*. De 1968, esta serigrafia representa a abordagem gráfica psicadélica, densa, colorida e mística.

A ilustração como estratégia gráfica

A ilustração, entre reminiscências da Arte Nova e do Decadentismo do *fin de siècle*, surgiu no cartaz psicadélico como estratégia gráfica de veiculação do etos contracultural. Grande parte dos designers construiu os layouts através da mesma, ou utilizou-a como elemento central.

É de notar que a sua introdução no cartaz de produção massiva não é inédita, remontando aos anos de 1860 (Golding & Miles, 2018). Desde então, a ilustração tem sido um elemento recorrente no design, sobretudo na esfera promocional. No entanto, no psicadelismo, o desenho ultrapassa a didascália, erguendo-se como elemento transversal às inovações ocorridas na forma, metodologia, produção e contexto do cartaz.

Dentro das características formais, a ilustração destaca-se como elemento central que exprime os propósitos contraculturais. A sua densidade composicional representa uma metáfora visual para o ruído do protesto e da acumulação de vozes (Wild & Karwan, 2015). No campo da metodologia, protagoniza a introdução da apropriação (direta e indireta) de elementos externos para o cartaz. Relaciona-se com o abandono das grelhas rígidas modernas e com a subversão da função comunicativa, no qual, como preconizou McLuhan em 1958, o meio se transforma na mensagem. Como resultado, contribui para uma maior interatividade no processo de design. Materiais como tintas reagentes à luz ultravioleta, inserem a ilustração na esfera de bombardeamento sensorial.

A aplicação da grelha de análise permite verificar que, mais do que distinguir os propósitos de protesto daqueles musicais/transcendentais, a ilustração sublinha importantes diferenças nas abordagens britânica e americana.

Nos cartazes britânicos, a aproximação ao desenho é feita através da criação de cenas sensuais elaboradas, à semelhança das de Aubrey Beardsley – descoberto em 1966 pela contracultura Londrina com a exposição retrospectiva da sua obra no museu *Victoria & Albert*.



Fig. 3 Cartazes Britânicos. Da esquerda: *Hapshash and the Coloured Coat, The Soft Machine turns on*, 1967, serigrafia | *Hapshash and the Coloured Coat, UFO Coming*, 1967, serigrafia | *Hapshash and the Coloured Coat, CIA UFO*, 1967, serigrafia | Mike McInnerney, *Legalise Pot Rally*, 1967, serigrafia.

Já os cartazes americanos firmam o compromisso com as experiências alucinatórias e da percepção visual, demonstrando um maior nível de apropriação de ilustrações de autores pré-modernos, como Alphonse Mucha.



Fig. 4 Cartazes Americanos. Da esquerda: Bonnie MacLean, *New Year's Eve 1967-68*, 1967, litografia offset | Wes Wilson, sem título, 1966, litografia offset | Wes Wilson, sem título, 1966, litografia offset | Victor Moscoso, sem título, 1967, litografia offset.

Como resultado, as composições diversificam-se: no design Britânico, destaca-se o bucolismo de tipo “arturiano”, ligado à mitologia própria da região, incluindo dragões, cenas medievais ou mesmo simbologia celta (Lowey, 2016). As composições inglesas, sobretudo as de *Hapshash and the Coloured Coat*, são também complexas no que diz respeito ao número de elementos e à sua disposição.

Por outro lado, no fenómeno contracultural americano são comuns as figuras com cabelos ondulantes, que relembram aquelas da Arte Nova, assim como símbolos nativos americanos e indianos e padrões ilusórios (Golding & Miles, 2018; Morley, 2018).



Fig. 5 Exemplo da aplicação da grelha de análise.

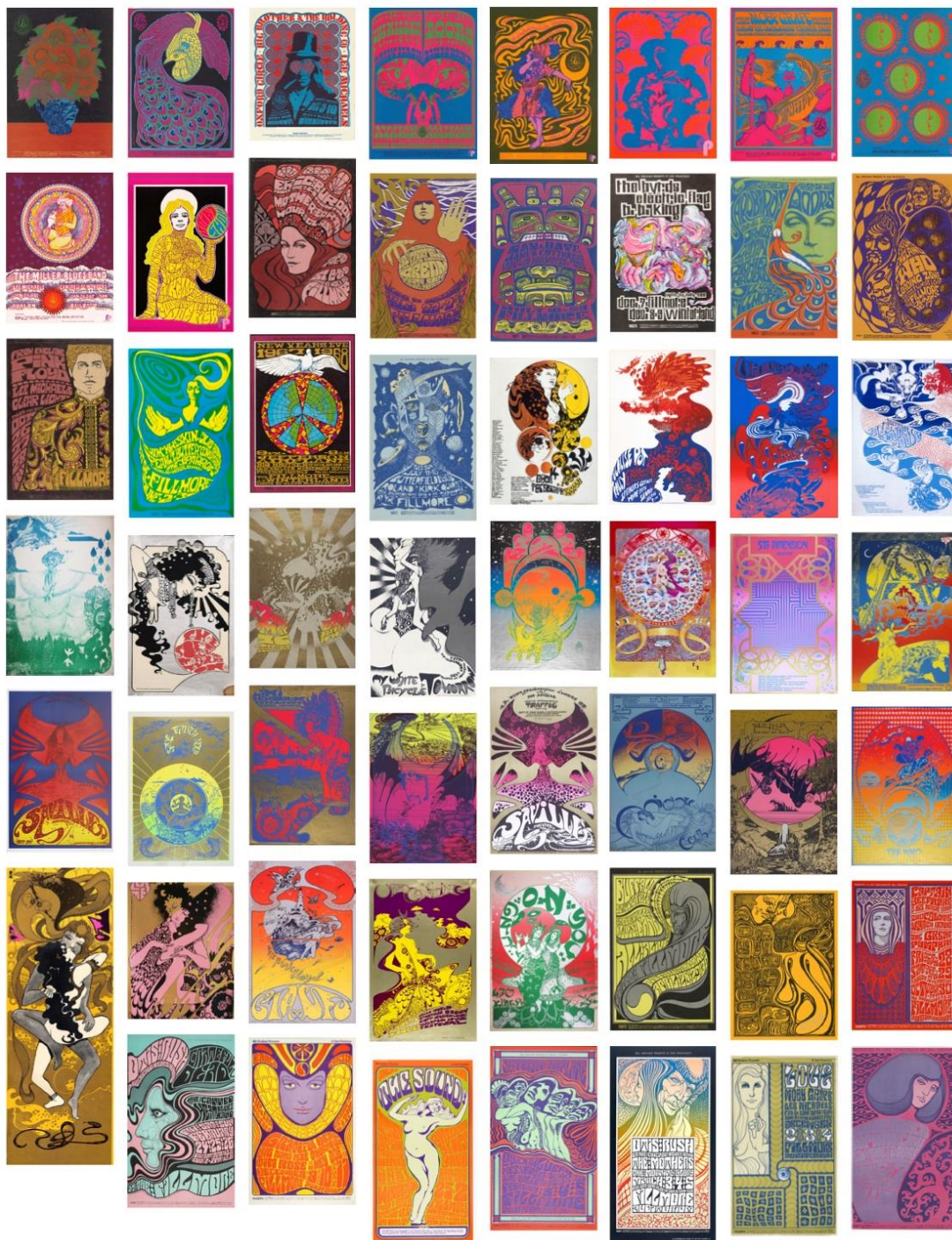


Fig. 6 Panorama dos cartazes analisados

A amostra de cartazes permite aferir que a ilustração não só interagiu com os outros elementos desenvolvidos de modo artesanal, como divulgava em primeira mão as causas do fenómeno contracultural, remetendo o texto para um segundo plano. A sua utilização capturava a atenção de forma rápida e eficaz, permitindo uma maior experimentação gráfica com vista à sensibilização do sistema nervoso do público (Morgan, 2010).

Conclusão

O cartaz constitui uma representação visual do *zeitgeist* do seu tempo (Rivers, 2007). Na década de 1960, este medium forneceu um espaço de experimentação que os artistas gráficos e designers utilizaram para promover mudanças sociais, políticas e artísticas. A incorporação de novos elementos, ou de abordagens inéditas a técnicas já conhecidas, rompeu a tradição do cartaz modernista, cuja urgência e funcionalidade constituíam as principais características. Apesar de hoje associado à figura romantizada do hippie e ao abuso de LSD – resultado de uma visão superficial e fugaz da contracultura como revolta efémera dos devaneios da geração jovem – o cartaz tornou-se num dos símbolos visuais do fenómeno e das suas lutas. As inovações da sua linguagem gráfica mostram que o cultivo estético, autenticidade e personificação estavam ligados à busca contracultural pela liberdade individual e aos propósitos de mudança social.

O desenho assume neste contexto um papel revelante enquanto elemento desafiador da cultura dominante. Tornou-se num dos principais elementos do design de cartaz, ligado à sua transformação como meio de comunicação no fenómeno contracultural. A sua introdução fomentou a fusão da linearidade das figuras com os restantes elementos típicos do design psicadélico, como o alto contraste entre forma e fundo, a distorção tipográfica e as cores brilhantes.

O seu carácter *do-it-yourself* e eficácia na veiculação das causas sociais e políticas acentuou o potencial do design enquanto método ativista e de contestação. Por outro lado, a sua linearidade orgânica procedeu à abertura dos caminhos da transcendência, enquanto elemento visual catalisador da experiência psicadélica e dos seus efeitos sobre a percepção visual. O desenho contribuiu também para uma maior interação no processo de design, quer na colaboração entre artistas, que propunham novas ilustrações, quer na sua relação com o público. O público, até então visto como recetor de informação, passou a integrar o território do design através da sua interação profunda com os materiais gráficos.

A ilustração revela-se uma estratégia gráfica eficaz no cartaz psicadélico, diferenciando-o de outros momentos na história do design e abrindo portas a um novo tipo de linguagem gráfica desafiadora e interativa. Num mundo veloz, em transformação e tumulto constantes, a linguagem gráfica psicadélica, provida do desenho, vem recordar a pertinência e força dos meios visuais de contestação social.

Bibliografia

- Author, E., & Lerner, A. (Eds.). (2012). *West of center: art and the counterculture experiment in America, 1965-1977*. Minneapolis: University of Minnesota Press
- Criqui, J. P. (2005, January). High Art. *Art-Forum*, 53-55.
- Darricau, S. (2014). *Culture Graphique: Une perspective. De Gutenberg à nous jours*. Paris: Pyramyd
- Dorléac, L. (1996). Demain, vous serez tous des artistes. In Gerverau L. & Mellor D. (Orgs.), *Les Sixties: Années Utopies* (pp. 30-55). Paris: Somogy Editions d'Art
- Drucker, J. & McVarish, E. (2009). *Graphic Design History: a critical guide*. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall
- Golding, P. & Miles, B. (2018). *Rock Graphic Originals. Revolutions in Sonic Art from Plate to Print '55-'88*. Londres: Thames and Hudson.
- Greenwood, K. (2015). *100 and de couleur: Art, Graphisme, Design, un siècle d'inspiration*. Paris: Éditions Eyrolles
- Guarnaccia, M. (2017). *Hippie Revolution: storie e avventure dalla Summer of Love 1967-2017*. Milan: 24 Ore Cultura.
- Grunenberg, C. (Ed.). (2005). *Summer of Love: Art of the Psychedelic Era*. London: Tate
- Hathaway, N. & Nadel, D. (2011). *Electrical Banana: Masters of Psychedelic Art*. Bologna: Damiani
- Heller, S. (2014). *Design Literacy. Understanding Graphic Design*. New York: Allworth Press.
- Hibbard, A. (2013). Underground Circulation: The Beats in Paris and Beyond. In Lindner C. & Hussey A. (Eds.), *Paris-Amsterdam Underground: Essays on Cultural Resistance, Subversion, and Diversion* (pp. 97-112). Amsterdam: Amsterdam University Press. Retrieved September 9, 2019, from www.jstor.org/stable/j.ctt6wp6td.11
- Hollis, R. (1994). *Graphic design: A concise history*. London: Thames & Hudson
- Johnson, K. (2011). *Are you experienced? How psychedelic consciousness transformed modern art* New York: Prestel
- Kramer, H. (2016). The Fillmore, The Grande and The Sunset Strip. Em: Broackes, V. & Marsh, G. (Eds.) *You say you want a revolution: Records and rebels 1966-1970* (pp-166-193). London: V&A Publishing
- Lowey, I. & Prince, S. (2014). *The graphic art of the underground: a countercultural history*. London: Bloomsbury

Lowey, I. (2016). Ink and Acid: The psychedelic design revolution. *Icon Eye*. Retrieved October 26, 2017, from <https://www.iconeye.com/design/features/item/12567-ink-and-acid-the-psychedelic-design-revolution>

Margolin, V. (1994). The Age of Communication: A Challenge to Designers. *Design Issues*, 10(1), 65-70. doi:10.2307/1511657

Markussen, T. (2013). The Disruptive Aesthetics of Design Activism: Enacting Design Between Art and Politics. *Design Issues*, 29(1), 38-50. Retrieved September 8, 2019, from www.jstor.org/stable/24267101

McKay, G. (2005). The Social and (counter-) cultural 1960s in the USA, transatlantically. In Grunenberg C. & Harris J. (Eds.), *Summer of Love: Psychedelic Art, social Crisis and Counterculture in the 1960s* (pp. 35-62). Liverpool: Liverpool University Press

Mellor, D. (1996). Demain commence maintenant. Utopie et culture visuelle. In Gerverau L. & Mellor D. (Orgs.), *Les Sixties: Années Utopies* (pp. 12-29). Paris: Somogy Editions d'Art.

Melly, G. (1972). *Revolt into Style: the pop Arts in Britain*. London: Anchor Books.

Millie, E. (1982). Posters: A Collectible Art Form. *The Quarterly Journal of the Library of Congress*, 39(3), 146-164. Retrieved December 2, 2019, from www.jstor.org/stable/29781942

Morgan, R. C. (2010). Eternal moments: artists who explore the prospect for happiness. In Rubin S. D. (Ed.), *Psychedelic: Optical and Visionary Art since the 1960s* (pp. 41-48). Cambridge: MIT Press.

Morley, M. (2018). Woman of psychedelic design: the cost of free love and the designers who bore it. *Eye on design*, (2), 32-48.

Poynor, R. & Seago, A. (2017). Where is Pop? In search of the British Pop Poster. In Massey A. & Seago A. (Eds.), *Pop Art and Design* (pp. 186-205). London: Bloomsbury Academic

Rivers, C. (2007). *Poster Art. Innovazione e design di manifesti*. Modena: Logos

Rivers, T. (2013). Through the Looking-Glass, Darkly. *Art Journal*, 72(4), 87-89. Retrieved January 15, 2019, from <http://www.jstor.org/stable/43188638>

Rubin, S. D. (2010). (Ed.) *Psychedelic: Optical and Visionary Art since the 1960s*. Cambridge: MIT Press.

Salvatore, G. (2016). *I primi 4 secondi di Revolver: La cultura pop degli anni sessanta e la crisi della canzone*. Torino: EDT

Stephens, J. (1998). *Anti-disciplinary protest: sixties radicalism and postmodernism*. Cambridge: Cambridge University Press.

Tapia, A., & Hodgkinson, H. (2003). Graphic Design in the Digital Era: The Rhetoric of Hypertext. *Design Issues*, 19(1), 5-24.

Triggs, T. (2009). Designing graphic design history. *Journal of Design History*, 22(4), 325-340. Retrieved December 10, 2018, from <http://www.jstor.org/stable/25653135>

Verhulst, J., & Walgrave, S. (2009). The First Time is the Hardest? A Cross-National and Cross-Issue Comparison of First-Time Protest Participants. *Political Behavior*, 31(3), 455-484. Retrieved January 8, 2020, from www.jstor.org/stable/40587293

Watermeyer, R.P. (2008). The carnival of youth: the dramaturgy of the Sixties Counterculture. (Doctoral Thesis, Cardiff University). Retrieved December 17, 2018, from <http://orca.cf.ac.uk/55800/>

Wild, L. & Karwan, D. (2015). Agency and Urgency. In Blauvelt A. (Ed.), *Hippie Modernism: The Struggle for Utopia* (pp. 44-57). Minneapolis: Walker Art Center

Wilson, A. (1996). Temps changeants, Nouveaux mondes, Horloges mortes. In Gerverau, L. & Mellor, D. (Orgs.), *Les Sixties: Années Utopies* (pp. 12-29). Paris: Somogy Editions d'Art.